

ABSTRAK

Javabull Footwear merupakan skala usaha UMKM yang bergerak dibidang produksi sepatu yang terletak di kawasan sentra Cibaduyut kota Bandung. Usaha UMKM ini menghasilkan beberapa jenis produk sepatu mulai dari sepatu formal pria, formal wanita, sepatu sekolah, sepatu klasik wanita dan sepatu klasik pria dan menyediakan beberapa sepatu trendy yang diminati oleh banyak kalangan pada zaman sekarang. Pada saat ini Javabull Footwear dihadapi masalah kurangnya minat dari para pelanggan dikarenakan diferensiasi produk belum maksimal.

Tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui pelaksanaan diferensiasi produk pada Javabull Footwear dan untuk mengetahui hambatan yang dihadapi serta upaya apa saja yang dilakukan dalam mengatasi hambatan tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif sedangkan teknik pengumpulan data melalui data lapangan meliputi: observasi non partisipan, wawancara langsung dengan pemilik Javabull Footwear sebagai informan. Dan teknis analisis model data interaktif yang digunakan oleh Miles dan Haberman.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan diferensiasi produk pada Javabull Footwear lebih banyak merancang sepatu formal dibanding sepatu lain yang sedang diminati oleh konsumen, bentuk dan desain yang dirancang kurang bervariasi, serta fasilitas yang diberikan masih kurang seperti kemudahan perbaikan. Sehingga beberapa indikator penting dari diferensiasi produk masih belum optimal seperti gaya, bentuk, kemudahan perbaikan dan desain.

Hambatan yang dihadapi oleh Javabull Footwear dalam pelaksanaan diferensiasi produk adalah banyaknya pesaing, keterbatasan produksi dan kurangnya fasilitas yang dapat diberikan bagi konsumen dan upaya yang dilakukan oleh Javabull Footwear dalam mengatasi hambatan tersebut yaitu dengan cara dalam proses pemasaran, Javabull Footwear lebih mengenal inovasi yang terbaru untuk memasarkan produknya

Saran yang peneliti kemukakan yaitu, bagi Javabull Footwear untuk lebih melihat perkembangan dalam dunia *fashion*, sehingga dapat merancang produk sepatu yang beragam sesuai dengan daya tarik yang diminati oleh kebanyakan orang. Diharapkan kepada Javabull Footwear untuk memperhatikan langkah yang tepat dalam melaksanakan diferensiasi produk agar dapat bertahan menghadapi persaingan yang ketat. Disarankan untuk mencoba fasilitas yang lebih seperti kemudahan perbaikan produk dan lebih sering menggunakan fasilitas sosial media agar dapat memasarkan produknya lebih luas lagi.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, UMKM, Sentra Cibaduyut.

ABSTRACT

Javabull Footwear is an UMKM business engaged in shoe production which is located in the Cibaduyut central area, Bandung city. This UMKM business produces several types of shoe products ranging from men's formal shoes, women's formal shoes, school shoes, women's classic shoes and men's classic shoes and provides several trendy shoes that are in demand by many people today. At this time Javabull Footwear is experiencing a lack of interest from customers because product differentiation is not maximized.

The purpose of this study is to find out the implementation of product differentiation in Javabull Footwear and to find out the obstacles faced and what efforts have been made to overcome these obstacles. This study uses descriptive qualitative methods while data collection techniques through field data include: non-participant observation, direct interviews with Javabull Footwear owners as informants. And the technical interactive data analysis model used by Miles and Haberman.

The results showed that the implementation of product differentiation at Javabull Footwear designed more formal shoes than other shoes that were in demand by consumers, the shapes and designs designed were less varied, and the facilities provided were lacking, such as ease of repair. So that several important indicators of product differentiation are still not optimal, such as style, shape, ease of repair and design.

The obstacles faced by Javabull Footwear in implementing product differentiation are the many competitors, limited production and lack of facilities that can be provided to consumers and the efforts made by Javabull Footwear in overcoming these obstacles, namely by way of the marketing process, Javabull Footwear is more familiar with the latest innovations to market their products.

The suggestion that the researchers put forward is for Javabull Footwear to look more closely at developments in the world of fashion, so that they can design a variety of shoe products according to the attractiveness that most people are interested in. It is hoped that Javabull Footwear will pay attention to the right steps in carrying out product differentiation so that it can survive in the face of intense competition. It is recommended to try more facilities such as ease of product repair and use social media facilities more often in order to be able to market their products more broadly.

Keywords: Product Differentiation, UMKM, Cibaduyut Center.

ABSTRAK

Javabull Footwear nyaéta skala usaha UMKM anu bergerak dibidang produksi sapatu anu perenahna di wewengkon Cibaduyut, Kota Bandung. Usaha UMKM ieu ngahasilkeun sababaraha jinis produk sapatu mimitian ti sapatu formal lalaki, sapatu formal awéwé, sapatu sakola, sapatu klasik awéwé jeung sapatu Palasik lalaki sarta nyadiakeun sababaraha sapatu trendi anu di paménta ku loba jalma kiwari. Dina waktos ieu Javabull Footwear ngalaman kurangna minat para nasabah kusabab diferensiasi produk henteu maksimal.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho palaksanaan diferensiasi produk dina Javabull Footwear sarta pikeun mikanyaho kendala-kendala anu disanghareupan sarta usaha-usaha naon waé anu geus dilaksanakeun pikeun ngungkulan éta hambatan. Ieu panalungtikan ngagunakeun métode déskriptif kualitatif sedengkeun téhnik ngumpulkeun data ngaliwatan data lapangan ngawengku: observasi non partisipan, wawancara langsung jeung nu boga Javabull Footwear salaku informan. Jeung model analisis data interaktif teknis dipaké ku Miles jeung Haberman.

Hasilna nétélakeun yén palaksanaan diferensiasi produk di Javabull Footwear dirancang sangkan sapatu anu leuwih formal ti batan sapatu séjénna anu dipikabutuh ku konsumen, wangun jeung desain anu dirancang kurang variatif, sarta fasilitas anu disayogikeun kurang, saperti betah perbaikan. . Ku kituna sababaraha indikator penting diferensiasi produk masih teu optimal, kayaning gaya, wangun, betah perbaikan sarta desain.

Halangan anu disanghareupan ku Javabull Footwear dina ngalaksanakeun diferensiasi produk nya éta lobana pesaing, produksi kawatesanan jeung kurangna fasilitas anu bisa disadiakeun pikeun konsumén jeung usaha anu dilakukeun ku Javabull Footwear dina ngungkulan éta halangan, nya éta ku cara prosés pamasaran, Javabull Footwear téh. leuwih akrab jeung inovasi panganyarna pikeun pasar produk maranéhanana.

Saran anu ditepikeun ku para panalungtik nyaéta sangkan Javabull Footwear bisa ningali leuwih raket kana kamekaran dunya busana, sangkan bisa ngadesain rupa-rupa produk sapatu luyu jeung daya tarik anu dipikaresep ku kalolobaan urang. Dipiharep Javabull Footwear merhatikeun léngkah-léngkah anu bener dina ngalaksanakeun diferensiasi produk sangkan bisa salamet dina nyanghareupan persaingan anu sengit. Disarankeun pikeun nyobaan deui fasilitas sapertos betah perbaikan produk sareng langkung sering ngagunakeun fasilitas média sosial supados tiasa pasar produkna langkung lega.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, UMKM, Pusat Cibaduyut.